

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kondisi perekonomian saat ini telah menunjukkan kecenderungan yang bersifat global. Hubungan antar negara atau bangsa di dunia dalam perekonomian mulai tidak mengenal batas-batas wilayah negara secara geografis. Globalisasi memasuki seluruh aspek penting kehidupan manusia, sekaligus menciptakan tantangan dan permasalahan baru yang harus dipecahkan dalam upaya memanfaatkan globalisasi untuk kepentingan kehidupan. Pada era globalisasi saat ini mendukung terbentuknya modernisasi di berbagai bidang, contohnya dalam bidang ilmu pengetahuan, teknologi, dan informatika.

Di era globalisasi seperti saat ini, manusia sangatlah bergantung pada teknologi. Hal ini membuat teknologi menjadi suatu kebutuhan dasar bagi setiap orang untuk menciptakan zaman yang modern. Menerima perkembangannya akan membuat seseorang dapat bersaing dengan berbagai tantangan yang beragam. Terbentuknya berbagai macam tantangan baru yang beragam tentu sejalan dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat. Rudolph menyebut modernisasi sebagai semacam perubahan sosial dimana

masyarakat tradisional condong untuk mengembangkan pola perilaku yang baru dalam menanggapi tantangan dan teknologi baru di zaman modern ini.¹

Konsep modernisasi sendiri adalah menggabungkan penuh spektrum transisi dan transformasi drastis yang masyarakat tradisional harus menjalani untuk menjadi modern. Dalam hal ini, modernisasi perlu memberikan suatu motivasi, untuk pergi bersama dengan mengubah situasi sosial dan ekonomi.² Kebutuhan manusia akan teknologi juga didukung dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat. Perkembangan teknologi berkembang secara drastis dan terus berevolusi hingga sekarang dan semakin mendunia.

Handphone adalah salah satu teknologi yang paling cepat perkembangannya. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya inovasi dan penemuan yang sederhana hingga sangat rumit. Bahkan, kurang dari 10 tahun terakhir, teknologi *handphone* yang awalnya hanya sebuah alat komunikasi nirkabel, berkembang menjadi alat komunikasi yang dapat mengambil foto, merekam video, mendengarkan musik, dan mengakses internet dalam hitungan detik.³ Seluruh kemudahan yang diberikan *handphone* terus mengalami perkembangan yang sangat pesat, dimana nama *handphone* yang sudah lama kita kenal perlahan mengalami perubahan menjadi sebuah *smartphone*.

¹ Jamshed Ansari, 2014, *Modernization and Its Sociological Connotations and Trends with Reference to India*, New York Science Journal, Vol.7, 2014, No.5;p.72-81

² Matunhu, 2011, "A critique of modernization and dependency theories in Africa: Critical assessment", African Journal of History and Culture, Vol.3, June 2011, No.5;p.65-72

³ Vanessa Mayrahma Swastika. *Perkembangan teknologi di Indonesia*. <http://www.kompasiana.com/vanessams/perkembangan-teknologi-diindonesia>. Diakses pada tanggal : 12 Oktober 2015

Pada dasarnya *handphone* dan *smartphone* memiliki fungsi utama yang sama, yaitu melakukan panggilan atau mengirim pesan singkat. Namun yang membuat *handphone* menjadi sebuah *smartphone*, adalah karena *handphone* yang kita kenal saat ini didukung sistem operasi yang canggih. Sistem operasi yang memungkinkan sebuah *smartphone* dapat menjalankan berbagai macam aplikasi secara bersamaan dan sistem operasi yang paling diminati saat ini adalah Android. Saat ini dengan jumlah persentase lebih dari 50%, Android masih memimpin pangsa pasar dari pesaing terdekatnya yaitu iOS.⁴

Tabel 1.1
Perbandingan rata-rata harga Android dengan iPhone
yang dipublikasikan oleh Forbes

Negara	Rata-rata harga Android	Rata-rata harga iPhone
Brazil	\$300	\$1,107
Tiongkok	\$233	\$859
India	\$248	\$842
Indonesia	\$213	\$863
Afrika Selatan	\$216	\$813
Amerika Serikat	\$599	\$649
Rata-rata secara keseluruhan	\$254	\$687

⁴ Matilda James. *A Popular Mobile Operating System*. <https://marketrealist.com/2015/10/androids-user-base-growing-fast-pace/>. Diakses pada tanggal : 12 Oktober 2015

Saat ini Android masih diminati selain karena harganya yang lebih rendah dari iOS keluaran Apple,⁵ juga karena Android menyediakan banyak fitur menarik bagi para pelanggannya tanpa harus melakukan pembelian atau gratis. Fitur-fitur tersebut juga selalu mengalami pembaharuan setiap harinya. Kelebihan lainnya dari Android adalah sifatnya yang *open source*, artinya *user* atau pengguna bisa leluasa mengotak-atik *file system* dari Android itu sendiri sesuai keinginannya atau istilahnya *root*. Namun, karena sifatnya yang *open source* tadi, banyak pihak yang tidak bertanggung jawab dan menyalahgunakan untuk kepentingan pribadi seperti membuat Android replika atau palsu. Beredarnya Android palsu dapat menghilangkan kepercayaan pelanggan pada produk-produk Android, yang akhirnya menyebabkan rendahnya loyalitas pelanggan para pengguna Android.

Pelanggan yang loyal ditunjukkan dengan beberapa hal seperti melakukan pembelian produk secara berulang pada perusahaan yang sama, membeli lini produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan, dan memberitahukan kepada orang lain tentang kepuasan-kepuasan yang diterimanya. Loyalitas pelanggan memiliki keuntungan yang besar bagi perusahaan. Bagi Android sendiri, loyalitas pelanggan dapat menjadi garansi kelangsungan hidup perusahaan. Karena dengan memiliki pelanggan yang setia, perusahaan mendapat jaminan produknya akan terus dibeli dan bisnis tetap berjalan.

Dalam jangka panjang lebih menguntungkan memelihara pelanggan lama dibandingkan dengan terus menerus menarik dan menambah jumlah pelanggan

⁵ Amit Chowdhry. *Average iPhone Price Increase to \$687 and Android Decreases to \$254*. <http://www.forbes.com/sites/amitchowdhry/2015/02/03/average-iphone-price-increases-to-687-and-Android-decreases-to-254-says-report/>. Diakses pada tanggal : 13 Oktober 2015

baru. Perusahaan yang saat ini memakai sistem android masih terlihat berupaya menambah pelanggan baru dalam iklim persaingan yang semakin ketat. Hal ini hanya akan mengeluarkan biaya yang sangat mahal untuk hasil yang tidak maksimal. Tekanan-tekanan persaingan yang gencar dilakukan para pesaing, sedikit demi sedikit terus mengurangi loyalitas pelanggan pengguna android.

Perusahaan yang mampu menciptakan dan mempertahankan pelangganlah yang akan sukses dalam persaingan. Oleh karena itu, Android yang tidak terikat ke satu merek *smartphone* saja, beberapa vendor terkenal yang sudah memakai Android seperti Samsung, Huawei, LG, Xiaomi, Lenovo, Asus, dan HTC berusaha mencari kosumen sebanyak-banyaknya yang pada akhirnya konsumen tersebut nantinya diharapkan menjadi pelanggan yang loyal. Namun usaha untuk memperoleh pelanggan yang loyal tidak bisa dilakukan sekaligus, tetapi melalui beberapa tahapan, mulai dari mencari pelanggan potensial sampai memperoleh *partners*.⁶

Berkurangnya loyalitas pelanggan para pengguna Android sudah mulai terlihat dari riset yang diselenggarakan oleh *Kantar World Panel*, Pada situs resminya *Kantar World Panel* tidak menjelaskan secara rinci apa yang membuat para pengguna Android memilih beralih ke iPhone. Namun hingga kuartal empat tahun 2015, Apple selaku pemakai sistem operasi iOS berhasil menjual sekitar 48 juta unit iPhone dengan 14 juta di antaranya adalah mantan

⁶ Senjaya Kertiawan. Pengaruh Konsep *Attachment* terhadap Loyalitas Pelanggan. http://dianjunaidi.blogspot.co.id/2012_12_01_archive.html. Diakses pada tanggal : 14 Oktober 2015

pengguna Android.⁷ Menariknya, 43 persen pemakai iPhone saat ini masih berumur 18-34 tahun. Pengguna Android pun kalah muda, karena hanya 39 persen saja dari mereka yang masih berusia 18 - 34 tahun. Hal ini yang membuat peneliti merasa tertarik untuk meneliti loyalitas pelanggan para pengguna Android di SMK Negeri 45 Jakarta.

Faktor pertama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah *switching barrier* atau hambatan berpindah. *Switching barrier* adalah hambatan atau biaya yang harus ditanggung pelanggan bila ia akan berpindah dari suatu merek ke merek lainnya. Para pelanggan Android sulit untuk berpindah ke merek lain karena faktor uang, waktu, sosial, serta kerepotan karena harus menyesuaikan kembali dengan fitur-fitur baru yang berbeda dengan yang dimiliki oleh Android. Faktor-faktor ini menyulitkan pelanggan untuk beralih ke merek lain sehingga pelanggan tetap menggunakan produknya yaitu Android.

Seperti yang terjadi di SMK Negeri 45 Jakarta. Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan beberapa murid SMK tersebut, diketahui bahwa mayoritas murid memiliki keinginan yang besar untuk mengganti Android mereka dengan iOS. Namun faktor uang menjadi penghalang terbesar mereka untuk dapat melakukan perpindahan. Kondisi ini tentunya mengundang pertanyaan mengenai pergeseran loyalitas para pelanggan Android di masa yang akan datang.

⁷ Trisno Heriyanto. 27 Persen Pengguna Android Beralih ke iPhone. <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20150903094735-185-76346/27-persen-pengguna-android-beralih-ke-iphone/>. Diakses pada tanggal : 28 Oktober 2015

Loyalitas pelanggan tidak hanya ditentukan oleh hambatan berpindah, tetapi juga ditentukan oleh citra perusahaan. Vendor keamanan *information technology* (IT) global Kaspersky, mengungkapkan *smartphone* yang menggunakan *operating system* (OS) Android sangat berbahaya dan rentan terhadap pencurian data. Hasil penelitian Kaspersky, dari 20.000 *smartphone* Android di dunia, 87,7% di antaranya masuk kategori kritis.⁸ Bahkan salah satu ahli keamanan jaringan yaitu Zimperium Labs, menemukan sebuah hal yang mencengangkan di *platform* OS *mobile* Android. Hanya dengan menggunakan *file audio* Mp3 dan *video* Mp4, penjahat *cyber* dikatakan dapat menyebarkan program jahat atau biasa dikenal dengan nama malware.⁹

Citra perusahaan sejatinya berdampak langsung pada loyalitas pelanggan. Namun perusahaan-perusahaan yang memegang Android sebagai sistem operasinya, kurang tegas terhadap setiap aksi kejahatan yang menyerang sistem operasi dan lambat dalam bergerak untuk memperbaiki sistem keamanannya. Lemahnya sistem keamanan yang dimiliki setiap perangkat Android serta kurangnya perusahaan memperhatikan pencitraan pada setiap produknya tentu saja dapat merusak citra perusahaan. Padahal pentingnya membangun citra perusahaan dalam rangka membentuk loyalitas pelanggan, harusnya mendorong setiap perusahaan senantiasa melakukan berbagai upaya untuk pencitraan perusahaan yang positif di mata pelanggan.

⁸ Sholahudin Al Ayubi. Smartphone Android Rentan Pencurian Data. <http://www.solopos.com/2015/10/25/os-terbaru-smartphone-Android-rentan-pencurian-data-ini-langkah-pencegahannya-655270>. Diakses pada tanggal : 25 Oktober 2015

⁹ Fatimah. Malware di Android Bisa Menyebar Lewat Lagu. <http://aceh.tribunnews.com/2015/10/03/malware-di-Android-bisa-menyebar-lewat-lagu>. Diakses pada tanggal : 16 Oktober 2015

Meskipun citra positif perusahaan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, akan tetapi faktor lainnya memiliki peran tersendiri dalam mempengaruhi hubungan citra dengan loyalitas pelanggan. Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapan. Pelanggan yang memperoleh kepuasan atas produk yang dibelinya cenderung melakukan pembelian ulang produk yang sama. Namun berdasarkan survey terhadap para pengguna Android terungkap fakta yang menarik, sebanyak 22% pengguna Android rela membuang *smartphone* miliknya hanya untuk mendapatkan rilis iPhone terbaru.¹⁰ Hal ini tentu saja menjadi peringatan bagi para perusahaan untuk memperhatikan dengan benar kepuasan para pelanggannya. Perusahaan yang mengusung Android lemah dalam melakukan monitor dan upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Padahal semakin tinggi kepuasan pelanggan, berarti semakin besar pula kemungkinan pelanggan tetap setia.

Kualitas pelayanan adalah faktor lain yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Pelayanan terhadap para pelanggan merupakan bagian penting yang harus sangat dijaga kualitasnya oleh suatu perusahaan, karena apabila perusahaan tidak bisa menjaga kualitas pelayanannya, kehilangan para pelanggan adalah konsekuensi yang harus diterima. Tanpa pelanggan, maka tidak akan terjadi transaksi jual beli diantara keduanya. Untuk itu kegiatan pelayanan perusahaan haruslah berorientasi pada kepuasan pelanggan, baik

¹⁰ Rama Mamuaya. 22% Pengguna Android Rela Membuang Smartphonenya Demi iPhone. <http://www.trenologi.com/201409052854/survey-22-pengguna-Android-rela-membuang-smartphonenya-demi-iphone-terbaru/>. Diakses pada tanggal : 20 Oktober 2015

dalam menanggapi setiap saran maupun setiap masalah yang sedang dihadapi oleh para pelanggan. Karena sesuatu yang dibutuhkan dan diharapkan oleh pelanggan tersebut harus sesuai dengan yang diberikan oleh perusahaan.

Berbicara soal banyaknya produsen yang menjalankan satu sistem operasi, Android adalah juaranya, mulai dari merek terkemuka seperti Samsung, LG, Sony, hingga HTC. Namun berbicara soal kualitas pelayanan, sudah bukan rahasia umum apabila seorang pengguna Android menemui masalah pada bagian fisik atau perangkat keras dari Android, tidak bisa mendapatkan pelayanan yang terbaik dari produsennya. Berbeda apabila masalah terletak pada perangkat lunaknya, Android yang bersifat *open source*, para pelanggannya dapat dengan mudah mendapatkan solusinya di internet.¹¹ Rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh para produsen yang menjalankan Android akan merusak loyalitas, dimana para pelanggan yang tidak puas cenderung menceritakan masalah tersebut kepada rekan-rekannya.

Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas produk. Kualitas produk yang baik, akan menciptakan kepuasan pelanggan, dan membentuk loyalitas bagi pelanggan. Setiap perusahaan tentunya menginginkan adanya loyalitas pada pelanggan yang pernah mencoba produk yang mereka tawarkan. Saat ini banyak perusahaan yang berupaya untuk mengembangkan strategi yang efektif guna membangun, mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggannya. Kualitas produk dapat digunakan untuk mengembangkan loyalitas pelanggan.

¹¹ Achmad Faizal. 4 Kelebihan iOS yang Dapat Membuat Iri Pengguna Android. <http://playtoko.com/hub/4-kelebihan-ios-yang-dapat-membuat-iri-pengguna-Android.5370/>. Diakses pada tanggal : 20 Oktober 2015

Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen akan menjadi loyal pada merek berkualitas tinggi. Android sebagai pemegang pangsa pasar terbesar, secara jumlah produk unggul dari iOS dimana Android memiliki sekitar 1,3juta aplikasi pada layanan Google Play berbanding dengan iOS yang berada pada kisaran 1,2juta aplikasi pada layanan App Store. Namun dari segi kualitas iOS unggul dari Android, sebagai contoh sebuah *developer game* Android harus mencoba game mereka disemua perangkat Android untuk memastikan *gamenya* berjalan lancar, masalahnya mencoba disemua perangkat Android tidak mungkin. Apple dengan jumlah varian *gadget* yang lebih sedikit otomatis tidak mengalami kesulitan seperti ini sehingga para pelanggannya bisa yakin bahwa *game* yang di *download* pasti akan berjalan lancar.¹² Studi juga menunjukkan bahwa pengguna iOS lebih banyak membeli aplikasi berbayar daripada aplikasi gratis.

Hal ini berbanding terbalik jika dibandingkan dengan pengguna Android. Karena prospek penghasilan yang didapat pada perangkat Android tidak sejelas pada perangkat iOS, para pengembang akhirnya lebih memilih iOS sebagai tujuan pertamanya. Jika peminatnya sudah cukup banyak, baru mereka juga melakukan ekspansi produknya ke Android.¹³ Masalah seperti ini yang membuat produk yang beredar pada perangkat Android kualitasnya jauh berada dibawah perangkat iOS.

¹² Hendri Salim. iOS vs Android, Mana yang Lebih Bagus untuk Gaming. <https://id.techinasia.com/iphone-vs-Android-mana-yang-lebih-bagus-untuk-gaming/>. Diakses pada tanggal : 22 Oktober 2015

¹³ Alvin Nouval. Mengapa Android Selalu Kalah dari iOS dalam Hal Aplikasi. <http://www.merdeka.com/teknologi/mengapa-Android-selalu-kalah-dari-ios-dalam-hal-aplikasi.html>. Diakses pada tanggal : 22 Oktober 2015

Nilai pelanggan merupakan faktor lain yang dapat mengikat loyalitas pelanggannya, yaitu sebuah rasio dari manfaat yang didapat oleh pelanggan dengan pengorbanan. Perwujudan pengorbanan yang dilakukan oleh pelanggan sejalan dengan proses pertukaran adalah biaya transaksi, dan risiko untuk mendapatkan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Ketika nilai yang dirasakan dari rasio yang dipersepsikan oleh pelanggan atas sejumlah pengorbanan ekonomi dengan produk yang ditawarkan perusahaan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka akan memunculkan sikap tidak puas. Sebaliknya apabila sama atau melebihi harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas.

Keunggulan bersaing yang diraih Android dengan nilai pelanggan terjadi ketika perusahaan mengajukan penawaran yang lebih memuaskan pelanggannya dibandingkan yang ditawarkan pesaingnya. Didukung dengan rata-rata harga yang lebih rendah dari pesaingnya membuat Android dengan mudah mengambil pelanggan untuk setia menggunakan produknya. Namun pelanggan seperti ini tidak termasuk sebagai pelanggan potensial, pelanggan yang mereka dapat saat ini adalah hanya untuk mengambil keuntungan yang sebesar-besarnya pada awal peluncuran produknya.¹⁴ Karena untuk memiliki *smartphone* yang sesuai dengan harapan, sesungguhnya saat ini belum bisa didapatkan dengan harga yang relatif murah. Kesalahan dalam mengambil nilai pelanggan dengan tepat dapat mengancam loyalitas pelanggan, karena jaminan yang kecil untuk mengharapkan pelanggan akan tetap setia.

¹⁴ Anjar Ashara. Keunggulan Bersaing Nilai Value. <http://iamluckyone.blogspot.co.id/2011/05/keunggulan-bersaing-nilai-value.html>. Diakses pada tanggal : 24 Oktober 2015

Loyalitas suatu konsumen tidak hanya diukur dari pembelian produk suatu merek yang berulang-ulang. Loyalitas suatu konsumen juga dapat diukur dengan pembelian produk yang sama namun merek yang berbeda. Adapun faktor lainnya yang dapat mempengaruhi loyalitas suatu konsumen yaitu kepercayaan. Berkurangnya pengguna Android akhir-akhir ini mengindikasikan bahwa adanya pergeseran kepercayaan para pengguna Android ke iOS akibat dari semakin menurunnya kepercayaan yang dirasakan oleh para pengguna Android.

Menurut laporan [MEF](#) (*Mobile Ecosystem Forum*), 80% responden di Indonesia menyatakan sudah menggunakan sarana *mobile banking*. Di tahun 2013, angkanya hanya mencapai 58%. Biasanya mereka menggunakan *mobile banking* untuk mengecek saldo dan mentransfer dana ke pihak lain. Seperti disebutkan di laporan tersebut, penghalang terbesar penggunaan *mobile banking* untuk transaksi finansial adalah masalah **kepercayaan**. 32% pengguna *mobile* di Indonesia menyebutkan hal ini sebagai masalah utama yang membuatnya khawatir menggunakan solusi ini.¹⁵

Sistem keamanan yang rawan dari pencurian data melalui *malware* dalam perangkat Android, memiliki dampak signifikan yang mempengaruhi tingkat kepercayaan pengguna Android dalam menggunakan salah satu produk yang dikeluarkan pada perangkat Android.

Faktor-faktor di atas adalah hal-hal penting dalam menjaga loyalitas pelanggan untuk tetap bertahan menggunakan produk yang sama. Beberapa

¹⁵ Amir Karimuddin. Pengguna Mobile Banking Capai 80%, Isu Kepercayaan Menjadi Masalah Terbesar. <http://www.trenologi.com/2015020756929/mef-penggunaan-mobile-banking-capai-80-di-indonesia-isu-kepercayaan-menjadi-masalah-terbesar/>. Diakses pada tanggal : 24 Oktober 2015

pertimbangan diantaranya adalah hambatan berpindah, citra perusahaan, kepuasan pelanggan, kualitas layanan, kualitas produk, nilai pelanggan, dan kepercayaan. Hal-hal inilah yang menjadi sorotan dalam menentukan loyalitas pelanggan, khususnya dibidang teknologi yang membutuhkan berbagai pertimbangan sebelum beralih ke produk lain. Berdasarkan hal-hal yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti merasa tertarik untuk meneliti mengenai loyalitas pelanggan pada pengguna Android di SMK Negeri 45 Jakarta.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dikemukakan bahwa menurunnya tingkat loyalitas pelanggan pada pengguna Android di SMK Negeri 45 Jakarta disebabkan oleh hal-hal sebagai berikut :

1. Besarnya hambatan berpindah sebagai akibat dari mahalnya biaya yang harus dikeluarkan
2. Kurangnya perhatian perusahaan dalam menjaga citra perusahaan
3. Lemahnya upaya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan
4. Buruknya kualitas pelayanan yang dirasakan para pelanggan
5. Kurangnya kualitas produk yang dirasakan pelanggan
6. Kesalahan dalam memilih nilai pelanggan yang potensial
7. Menurunnya kepercayaan pada perangkat Android

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah peneliti sebutkan di atas, ternyata masalah loyalitas pelanggan merupakan masalah yang sangat kompleks dan menarik untuk diteliti. Namun karena keterbatasan peneliti dalam pengetahuan, waktu, tenaga, dan dana serta ruang lingkupnya yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada “Hubungan antara hambatan berpindah dengan loyalitas pelanggan pada pengguna Android di SMK Negeri 45 Jakarta”

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat hubungan antara hambatan berpindah dengan loyalitas pelanggan pada pengguna Android di SMK Negeri 45 Jakarta?”

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Peneliti

Sebagai sarana menambah wawasan dan pengetahuan tentang hubungan antara hambatan berpindah dengan loyalitas pelanggan.

2. SMK Negeri 45 Jakarta

Sebagai masukan yang berharga bagi pengguna Android dalam rangka memecahkan masalah yang berhubungan dengan loyalitas pelanggan.

3. Pembaca

Sebagai sumber untuk menambah ilmu pengetahuan mengenai hubungan antara hambatan berpindah dengan loyalitas pelanggan.

4. Universitas Negeri Jakarta

Untuk dijadikan bahan bacaan ilmiah dan referensi bagi peneliti lainnya dalam permasalahan loyalitas pelanggan.

5. Perpustakaan

Untuk menambah koleksi bacaan dan meningkatkan wawasan berpikir ilmiah.